# OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

**Rapport annuel 1982-1983**

Québec

Manuscrit:
Office de la
protection du
consommateur

Publication réalisée
à la Direction générale
des publications gouvernementales
du ministère des Communications

Dépôt légal: 2e trimestre 1983
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-551-05684-5
ISSN 0228-8435

© Gouvernement du Québec

Monsieur Richard Guay
Président de l'Assemblée nationale
Édifice Pamphile-Lemay
Québec (Québec)

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur couvrant la période du 1er avril 1982 au 31 mars 1983.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le ministre de l'Habitation et
de la Protection du consommateur,

Guy Tardif
Québec, juin 1983

Monsieur Guy Tardif
Ministre de l'Habitation et de
la Protection du consommateur
Édifice G
Québec (Québec)

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de Ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1982 au 31 mars 1983.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le Président,

Gilles Moreau
Québec, juin 1983

Monsieur Guy Tardif
Ministre de l'Habitation et de
la Protection du consommateur
Édifice G
Québec (Québec)

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de Ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1982 au 31 mars 1983.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le Président,

Gilles Moreau
Québec, juin 1983

## Sommaire

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur 9
Le Conseil de l'Office 10
L'entité administrative 11
Les ressources humaines 11
La structure 12
Les ressources financières 13
Les activités de 1982-1983 14
La Direction des bureaux régionaux 15
La Direction des affaires juridiques 21
La Direction des communications 24
La Direction de la recherche 26
La Direction de l'administration et du personnel 28
Le Secrétariat 29

## Les mandats de l'Office de la protection du consommateur

L'Office de la protection du consommateur a été constitué en vertu de la *Loi sur la protection du consommateur* adoptée le 22 décembre 1978. L'Office est responsable de surveiller l'application de la *Loi sur la protection du consommateur*, de la *Loi sur le recouvrement de certaines créances* et de la *Loi sur les agents de voyages*.

L'Office de la protection du consommateur est rattaché au ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, monsieur Guy Tardif. En plus de l'Office, le Ministre est responsable de la Régie du logement, de la Société d'habitation du Québec et de la Régie des entreprises de construction du Québec. Le Service du courtage immobilier et la Direction générale de l'inspection font aussi partie du ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur. Le ministère assure également une coordination et un soutien au programme CORVÉE-HABITATION qui relève du ministre.

Le ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur, créé le 18 juin 1981, a la responsabilité:

- d'élaborer une politique et d'établir des programmes permettant aux Québécois:
  - de satisfaire à leur besoin de se loger convenablement et ce, à un prix abordable;
  - d'être en mesure de se défendre adéquatement dans la satisfaction de leurs divers besoins de consommation tout en ayant la possibilité de bénéficier au besoin de la protection qui peut leur être dispensée;
- de mettre en oeuvre cette politique, en intervenant directement, ou par le truchement de ses organismes, pour administrer les programmes mis au point en vue d'atteindre des objectifs communs.

Ce regroupement, sous la responsabilité d'un même ministre, permet une collaboration et une concertation accrues entre des organismes qui ont des vocations nettement complémentaires en habitation et en protection du consommateur. Il entraîne même la mise en commun de certaines ressources ou expériences, d'où découlent une plus grande efficacité et un meilleur service aux citoyens. De plus, le ministère attache beaucoup d'importance à la consultation des divers milieux concernés; la table de concertation de CORVÉE-HABITATION en est un exemple vécu avec grand succès.

En vertu de l'article 292 de la *Loi sur la protection du consommateur*, l'Office est chargé:

- de surveiller l'application de la *Loi sur la protection du consommateur* et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe;
- de recevoir les plaintes des consommateurs;
- d'éduquer et de renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur;
- de faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au ministre;
- de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes;
- de sensibiliser les commerçants, les manufacturiers et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs;
- de promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur;
- d'évaluer un bien ou un service offert au consommateur;
- de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes;
- de créer, par règlement, des conseils consultatifs régionaux de la protection du consommateur pour les régions qu'il fixe, déterminer leur composition, leurs fonctions, devoirs et pouvoirs, les modalités d'administration de leurs affaires et prévoir les émoluments de leurs membres.

### Lois relevant de la responsabilité de l'Office

***Loi sur la protection du consommateur***
(L.R.Q., c. P-40.1)

***Loi sur le recouvrement de certaines créances***
(L.Q. 1979, c. 70)

***Loi sur les agents de voyages***
(L.R.Q., c. A-10)

## Le Conseil de l'Office

Le 4 avril 1979, le Conseil des ministres mettait en vigueur les dispositions de nature administrative de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. Une des dispositions majeures de cette loi constituait un office d'au plus quinze membres nommés par le gouvernement et stipulait que ces membres doivent, en raison de leurs activités, être susceptibles de contribuer d'une façon particulière à la solution des problèmes des consommateurs.

Le Conseil doit, entre autres tâches, déterminer les objectifs généraux de l'Office et s'assurer que la programmation des activités de chacune de ses directions permette de traduire ces objectifs en projets concrets. Au cours de l'année, la programmation soumise au Conseil a fait l'objet de quatre évaluations trimestrielles et d'une évaluation globale en regard des objectifs déterminés au début de la période. Cette évaluation a permis d'identifier les priorités d'intervention pour l'année 1983-1984.

Les membres de l'Office ont tenu 8 réunions en 1982-1983 pour discuter de questions touchant l'application des lois sous la responsabilité de l'Office et de plusieurs questions d'intérêt pour les consommateurs. Parallèlement à ces discussions, les membres du Conseil se sont intéressés aux dossiers menés par l'Office au cours de l'année et ils sont intervenus dans des domaines touchant la protection du consommateur.

Ils se sont également penchés sur d'autres dossiers d'importance par des travaux en comités. Les comités, que le Conseil a le pouvoir de former en vertu de son règlement de régie interne, lui permettent d'approfondir certains dossiers qui demandent une attention et une expertise particulières. Cette année, deux comités ont siégé, soit celui des subventions et celui de la législation.

### Présences aux réunions du Conseil

| | (33) 82-04-30 | (34) 82-05-28 | (35) 82-06-22 | (36) 82-09-24 | (37) 82-10-29 | (38) 82-11-26 | (39) 82-12-17 | (40) 83-02-18 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bernatchez-Tardif, Monique | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Blanchet, Claude | • | • | | • | | • | • | • |
| Castonguay, Jacques | • | • | | • | • | • | • | • |
| Fernet-Gervais, Solange | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Fortin, Micheline | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Hone-Bellemare, Élisabeth | • | | | • | | | | |
| Lemay, Jacques | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Moreau, Gilles | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Pelletier, Rolland | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Westmoreland-Traore, Juanita | | • | • | • | • | | • | • |

### Les membres de l'Office

Les personnes qui ont siégé au Conseil d'administration de l'Office au cours de l'exercice sont:

— Madame Monique Bernatchez-Tardif, vice-présidente de l'Office de la protection du consommateur;

— Monsieur Claude Blanchet, directeur général de la Société de développement coopératif;

— Monsieur Jacques E. Castonguay, avocat de pratique privée, spécialiste dans le droit du travail et de la consommation;

— Madame Solange Fernet-Gervais, animatrice sociale et membre élue ou nommée de plusieurs organismes;

— Madame Micheline Fortin, journaliste et recherchiste à l'émission Hebdo-Dimanche de Radio-Canada;

— Madame Élisabeth Hone-Bellemare, professeur de psychologie à l'éducation des adultes, dans les institutions suivantes: Université de Montréal, Cégep Bois-de-Boulogne et Cégep du Vieux-Montréal;

— Monsieur Jacques Lemay, directeur du Centre communautaire juridique de l'Estrie;

— Monsieur Gilles Moreau, président de l'Office de la protection du consommateur;

— Monsieur Rolland Pelletier, permanent responsable à l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Granby;

— Madame Juanita Westmoreland-Traore, professeur de droit à l'Université du Québec à Montréal et avocate en droit de l'immigration, de la famille et de la personne.

# L'entité administrative

## Les ressources humaines

Le 31 mars 1983, les effectifs de l'Office de la protection du consommateur comprenaient 229 postes autorisés dont 224 étaient occupés par des employés réguliers. La répartition des postes par catégorie d'emploi et par centre administratif est la suivante:

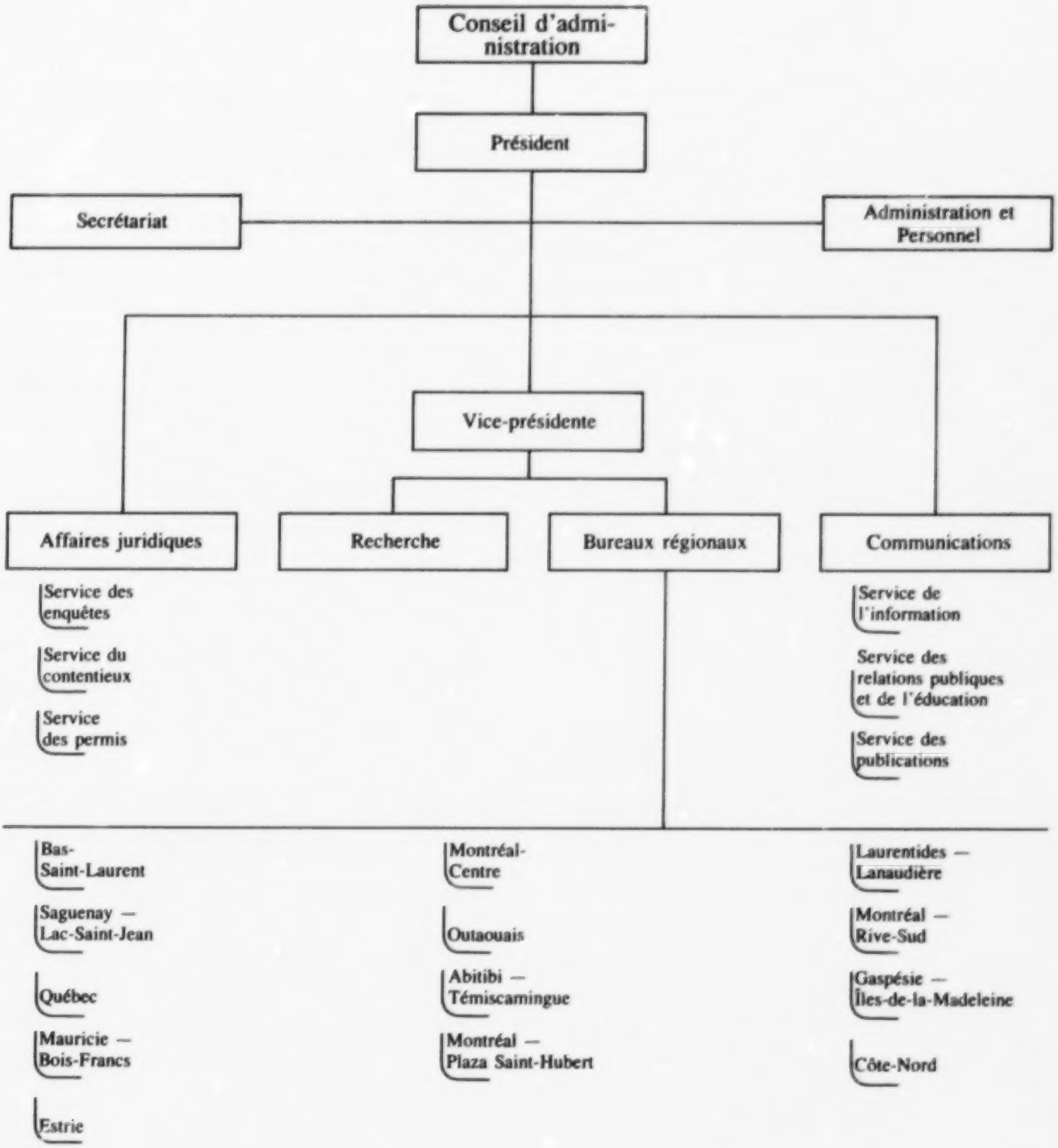
**Effectifs au 31 mars 1983[1]**

| Catégorie d'emploi | postes occupés | postes vacants | postes autorisés |
|---|---|---|---|
| Cadres | 14 | — | 14 |
| Professionnels | 81 | 3 | 84 |
| Agents de maîtrise | 2 | — | 2 |
| Techniciens et préposés aux renseignements | 48 | 1 | 49 |
| Personnel de bureau | 79 | 1 | 80 |
| **Total:** | **224** | **5** | **229** |

1 Précisons que pour répondre aux exigences gouvernementales en matière de compressions d'effectifs, 2 postes ont été retranchés des effectifs totaux de l'Office au cours de l'exercice financier.

**Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1983**

| Catégorie d'emploi | Québec | Montréal | En région | Total |
|---|---|---|---|---|
| Cadres | 8 | 6 | — | 14 |
| Professionnels | 35 | 34 | 13 | 82 |
| Agents de maîtrise | 2 | — | — | 2 |
| Techniciens et préposés aux renseignements | 6 | 1 | 40 | 47 |
| Personnel de bureau | 35 | 17 | 27 | 79 |
| **Total:** | **86** | **58** | **80** | **224** |


Conseil d'administration
Président
Secrétariat
Administration et Personnel
Vice-présidente
Affaires juridiques
Recherche
Bureaux régionaux
Communications
Service des enquêtes
Service du contentieux
Service des permis
Service de l'information
Service des relations publiques et de l'éducation
Service des publications
Bas-Saint-Laurent
Saguenay — Lac-Saint-Jean
Québec
Mauricie — Bois-Francs
Estrie
Montréal-Centre
Outaouais
Abitibi — Témiscamingue
Montréal — Plaza Saint-Hubert
Laurentides — Lanaudière
Montréal — Rive-Sud
Gaspésie — Îles-de-la-Madeleine
Côte-Nord

## Le personnel de direction

| | |
|---|---|
| ***Bureau de direction*** | |
| Président: | Gilles Moreau |
| Vice-présidente: | Monique Bernatchez-Tardif |
| Adjoint exécutif: | Jacques Vignola |
| ***Secrétariat:*** | Léon Samuel |
| ***Direction des affaires juridiques:*** | Jacques Dagenais |
| *Service du contentieux:* | Pierre Valois (par intérim) |
| *Service des enquêtes:* | Maurice Bussière |
| *Service des permis:* | Roger Desrochers |
| ***Direction des communications:*** | Suzanne Beaulieu |
| *Service de l'information:* | André Lachapelle |
| *Service des relations publiques et de l'éducation:* | Françoise Cloutier |
| *Service des publications:* | Jacques Elliott |
| ***Direction de la recherche:*** | Francine Boulet |
| ***Direction de l'administration et du personnel:*** | Gaétan Ste-Marie |
| ***Direction des bureaux régionaux:*** | Paul Cliche |
| ***Les responsables des bureaux régionaux:*** | |
| *Montréal — Plaza Saint-Hubert:* | René Boucher |
| *Montréal — Centre:* | Robert Bisaillon |
| *Laurentides — Lanaudière:* | Jean-Jacques Marchand |
| *Montréal — Rive-Sud:* | Hélène Duquette |
| *Outaouais:* | Marcel Charlebois (par intérim) |
| *Estrie:* | Francine Dufour |
| *Québec:* | Claude Ruel |
| *Mauricie — Bois-Francs:* | Jacques Brochu |
| *Abitibi — Témiscamingue:* | Pierre Aubry |
| *Bas-Saint-Laurent:* | Danièle Daigneault |
| *Saguenay — Lac Saint-Jean:* | Léonard Fortin |
| *Côte-Nord:* | Yves Leclairc |
| *Gaspésie — Îles-de-la Madeleine:* | André Kelly (par intérim) |

## Les ressources financières

### Ressources budgétaires 1982-1983 votées et modifiées*

| Super-catégories de dépenses | Catégories de dépenses | $ |
|---|---|---|
| Dépenses de fonctionnement | Traitements, salaires, etc. | 6 414 800 |
| | Autres rémunérations | 248 500 |
| | Transport et communications | 718 100 |
| | Services professionnels | 1 112 300 |
| | Entretien et réparations | 36 800 |
| | Loyers | 91 600 |
| | Fournitures et approvisionnements | 111 900 |
| | Autres dépenses | 5 500 |
| Dépenses de capital | Matériel et équipement | 11 200 |
| Dépenses de transfert | Subventions | 560 000 |
| **Budget total** | | **9 310 700** |

* Un budget de 464 600 $ pour le Service des agents de voyages a été transféré à l'Office pour l'exercice 1982-1983, ce qui représente 5% du budget de l'Office.

## Les activités de 1982-1983

### Introduction

L'Office de la protection du consommateur a mis de l'avant en 1982-1983 des activités visant à atteindre les six grands objectifs suivants:

— assurer la surveillance de l'application des lois sous sa responsabilité;
— faire mieux connaître au consommateur ses droits et recours en vue de le rendre plus autonome;
— promouvoir une plus grande coopération et accroître le soutien technique aux associations de consommateurs dans la réalisation de projets où l'action de chacun est complémentaire;
— favoriser chez les gens d'affaires une meilleure compréhension des lois administrées par l'Office de même qu'une plus grande acceptation des responsabilités qui en découlent;
— mieux connaître les besoins, attentes et aspirations du public consommateur à l'égard des lois et services que l'Office administre, afin de mieux évaluer et orienter ses politiques et programmes;
— améliorer la qualité des services aux consommateurs.

Au chapitre de l'assainissement des pratiques commerciales, mentionnons tout d'abord que le nombre de condamnations a atteint 330, pour des amendes totalisant 253 150 $, et imposées à des commerçants représentant divers domaines, notamment l'automobile, la rénovation domiciliaire et la vente itinérante, la publicité, la réparation de téléviseurs et d'appareils domestiques.

Si l'Office a continué d'apporter une attention particulière au secteur de l'automobile et à celui de la réparation de téléviseurs, qui font l'objet de plaintes fréquentes de la part des consommateurs, il a aussi surveillé constamment la publicité télévisée et écrite afin de vérifier sa conformité avec les dispositions de la loi. Mentionnons également le domaine des voyages. La Loi sur les agents de voyages oblige les agents de voyages à détenir un permis pour l'obtention duquel ils doivent verser un cautionnement individuel et une cotisation à un fonds collectif. Les consommateurs qui traitent avec des agents de voyages sont ainsi protégés puisque l'Office, qui gère ce fonds, peut les rembourser lorsqu'il y a fermeture de l'agence avec laquelle ils faisaient affaire.

Une étape importante a été franchie en ce qui concerne le droit d'accès du consommateur à de l'information sur le prix des biens qu'il se procure. Il s'agit de l'entrée en vigueur le 10 août 1982 de l'article 223 de la Loi sur la protection du consommateur. Cet article oblige les commerçants à indiquer les prix sur chacun de leurs produits, alimentaires et autres. Lorsque l'étiquetage individuel n'est pas possible en raison d'impératifs pratiques, comme par exemple dans le cas des fruits et légumes non emballés, le commerçant est toujours tenu d'afficher à proximité et bien en vue le prix du produit.

D'autre part, afin de faire connaître à un plus grand nombre de citoyens les droits et les possibilités de recours prévus dans la Loi sur la protection du consommateur, l'Office a accentué sa présence dans les médias électroniques à Montréal et Québec et dans certaines régions. Ainsi, à Hull et à Jonquière, une série d'émissions télévisées traitant de tous les domaines touchés par cette loi a été diffusée.

Par ailleurs, conscient que les bonnes habitudes de consommation s'acquièrent dès l'enfance, l'Office a continué d'élaborer à l'intention des jeunes consommateurs d'âge scolaire le contenu d'un programme d'éducation à la consommation. La mise à l'essai dans le réseau scolaire débutera dès septembre 1983.

Il importe également de signaler, parmi les activités de l'année, la réalisation d'un guide destiné aux associations de consommateurs. En plus de les renseigner sur les mandats de l'Office et les services qu'il met à leur disposition, ce guide contient une liste des organismes pouvant offrir des ressources aux associations, ainsi qu'un fichier de référence pour toutes les questions relatives à la consommation.

Mentionnons, d'autre part, que dans le traitement des demandes reçues par les 13 bureaux régionaux, l'accent a été mis de façon particulière sur une approche favorisant l'autonomie du consommateur. Dans tous les cas qui s'y prêtaient, le consommateur était encouragé à prendre en charge le règlement de son problème ou, à tout le moins, à collaborer activement à sa solution.

Enfin, dans le dossier de la mousse isolante d'urée formaldéhyde, le bureau de dépannage mis sur pied l'an dernier afin de venir en aide aux victimes a reçu et traité près de 6 000 demandes. Des causes-types ont été choisies par un comité d'avocats des demandeurs. L'Office s'est vu attribuer l'administration de l'aide financière accordée par le gouvernement pour les causes-types qui devront éventuellement être plaidées devant les tribunaux.

## La Direction des bureaux régionaux

Dans le but de rendre ses services accessibles au plus grand nombre possible de consommateurs et d'accroître l'efficacité de son action dans le milieu, l'Office, par l'intermédiaire de ses 13 bureaux régionaux, assure une présence dans les différentes régions administratives du Québec. En outre deux régions, celle de la Côte-Nord et celle de la Gaspésie — Îles-de-la-Madeleine, bénéficient maintenant d'un service Zénith.

Les bureaux régionaux accueillent la quasi totalité des demandes des consommateurs qui, à un moment ou l'autre, éprouvent le besoin de recourir aux services de première ligne offerts par l'organisme. Ces services peuvent être regroupés en trois catégories qui correspondent aux fonctions principales dévolues à un bureau régional:

- la surveillance de l'application des lois;
- le renseignement;
- l'information et l'insertion dans le milieu.

La fonction primordiale d'un bureau régional étant le service de base à la clientèle, c'est-à-dire la réponse aux demandes de renseignements et le traitement des plaintes des consommateurs, les activités du personnel sont prioritairement orientées en ce sens. Les services offerts seront différents selon qu'une demande de renseignements ou une plainte concerne ou non un domaine régi par la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur le recouvrement de certaines créances ou la Loi sur les agents de voyages. Par domaine régi, on entend tout contrat conclu entre un consommateur et un commerçant, itinérant ou non, dans le cours de son commerce et ayant pour objet un bien, un service ou une réparation, et tout message publicitaire servant à annoncer ces biens et services.

Pour ce qui est des demandes de renseignements concernant l'un ou l'autre aspect des secteurs commercial, manufacturier ou publicitaire dont les activités sont régies par les lois, les bureaux régionaux fournissent aux consommateurs les informations pertinentes ayant trait à un conseil avant achat, à un test sur un produit ou un service, à la documentation disponible, ou à l'une ou l'autre des lois que l'Office administre. Dans le cas des plaintes relatives à ces mêmes domaines, l'intervention des bureaux régionaux vise à privilégier la prise en charge des consommateurs par eux-mêmes ainsi que leur indemnisation s'ils ont été lésés.

Par ailleurs, dans le cas de plaintes relatives à d'autres domaines, les bureaux régionaux acheminent les consommateurs vers les organismes habilités à leur répondre.

### La surveillance de l'application des lois

Les services reliés à l'application des lois consistent essentiellement pour le personnel des bureaux régionaux à recevoir et, le cas échéant, à traiter les plaintes que les consommateurs formulent en rapport avec l'application des lois dont la responsabilité incombe à l'Office.

Cette année, les bureaux régionaux ont reçu au total 281 545 demandes de consommateurs, soit 8% de plus qu'au cours de l'exercice précédent.

Le nombre de plaintes se rapportant à des secteurs du ressort de l'Office a augmenté de 5% par rapport à l'exercice précédent, atteignant le total de 96 533. À cet égard, le domaine de l'automobile se classe au premier rang avec 32 185 plaintes reçues, soit 33% du total des plaintes. Les consommateurs allèguent surtout des vices cachés, le non-respect des garanties et la courte durée de vie des véhicules. Les plaintes ayant trait à la construction, à la rénovation domiciliaire et à l'isolation viennent en second lieu: 9 281 soit 10% du total. Les secteurs de l'audio-visuel et des appareils domestiques suivent avec respectivement 7% et 6% du total, soit 6 453 et 6 217 plaintes. Le secteur du mobilier représente 5% du total des plaintes régies. Les autres plaintes se rapportent à des sujets variés.

**Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1982-1983**

| | Plaintes | | Demandes de renseignements | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % |
| Domaines régis par les lois de l'OPC | 96 533 | 34,29 | 78 093 | 27,74 | 174 626 | 62,03 |
| Domaines non régis par les lois de l'OPC | 63 797 | 22,66 | 43 122 | 15,31 | 106 919 | 37,97 |
| **Total** | **160 330** | **56,95** | **121 215** | **43,05** | **281 545** | **100,00** |

Le nombre de dossiers traités dans les bureaux régionaux et relatifs à des plaintes ayant trait à des domaines couverts par la loi est de 6 627 pour 1982-1983, soit presque le même que l'an dernier avec 6 617. C'est le secteur de l'automobile également qui se classe au premier rang à ce chapitre, représentant 29% de l'ensemble des dossiers. Vient ensuite le secteur de la vente itinérante, particulièrement dans le domaine de l'isolation et de la rénovation domiciliaire avec 19% du nombre de dossiers de plaintes. Suivent par ordre d'importance les dossiers ayant trait aux garanties, avec 9%; aux ventes à distance (par correspondance), avec 8%; au louage de services à exécution successive, avec 7,5%; à la réparation d'appareils domestiques, avec 6%, et aux pratiques de commerce, avec 6%.

Par ailleurs, le personnel des bureaux régionaux a reçu 63 797 plaintes concernant des domaines qui ne sont pas du ressort de l'Office. Ces plaintes concernaient trois secteurs principaux, soit l'assurance, l'immobilier et l'automobile (ventes entre consommateurs).

### Le renseignement

En plus d'être intervenu dans les cas de plaintes de consommateurs, le personnel des bureaux régionaux a traité 121 215 demandes de renseignements au cours de l'exercice financier. Parmi ces demandes, on en dénombre 78 093 qui concernent un domaine régi par les lois administrées par l'Office. Il s'agissait principalement de consommateurs demandant des conseils avant achat concernant l'automobile, les appareils domestiques et la rénovation domiciliaire (isolation). On note également de nombreuses demandes de documentation, tests, dépliants, brochures, se rapportant aux lois administrées par l'Office ainsi qu'aux services qu'il offre.

Les demandes de renseignements relatives à des domaines autres que ceux couverts par les lois se sont chiffrées pour leur part à 43 122, soit 15% du total des demandes. Elles ont trait surtout à l'automobile (prix de liste), à l'immobilier, aux assurances ou à des services offerts par d'autres ministères ou organismes publics. Dans ces cas, les consommateurs ont été dirigés vers les organismes compétents.

### L'information et l'insertion dans le milieu

Outre les travaux reliés à l'application des lois et au traitement des demandes de renseignements, le personnel des bureaux se livre à plusieurs activités d'information au niveau régional afin de renseigner la population sur le contenu des lois que l'Office administre. Les programmes régionaux de communication ont été orientés vers les médias de masse, les associations et organismes s'occupant de protection du consommateur, et les associations de commerçants. Soulignons la participation en 1982-1983 à 178 émissions de radio et à 8 émissions de télévision, de même que la diffusion dans trois régions, celles du Saguenay — Lac-Saint-Jean, de l'Outaouais et de Québec, de séries d'émissions télévisées hebdomadaires à la réalisation desquelles a participé le personnel des bureaux régionaux concernés.

En ce qui concerne les associations de consommateurs, les bureaux régionaux de la Côte-Nord et des Laurentides-Lanaudière ont participé à l'organisation de sessions d'information destinées à ces groupes. Un bon nombre de commerçants, pour leur part, ont été informés des dispositions des lois qui les touchent plus particulièrement, et ce lors de sessions d'information ou par l'envoi de documentation.

De plus, les bureaux régionaux ont émis 72 communiqués de presse qui avaient principalement pour but de mettre les consommateurs en garde contre certaines tactiques de vente ainsi que de les renseigner sur la qualité de produits ou de services offerts sur le marché.

### Des mesures pour favoriser l'autonomie et l'indemnisation des consommateurs

En complément du rôle qu'elle a joué dans le domaine du traitement des plaintes, la Direction des bureaux régionaux a continué à mettre l'accent en 1982-1983 sur l'application systématique de mesures propres à rendre les consommateurs plus autonomes et, le cas échéant, à favoriser leur indemnisation sans qu'ils aient besoin de recourir aux tribunaux.

C'est ainsi que, conscient du fait que l'Office ne pourra jamais suffire à répondre à toutes les demandes individuelles des consommateurs, le personnel des bureaux régionaux incite les consommateurs qui se plaignent d'avoir été lésés par des commerçants à accomplir eux-mêmes une première démarche auprès de ces derniers afin de régler leurs problèmes. D'ailleurs, afin d'encourager les consommateurs à faire cette première démarche, les bureaux régionaux leur remettent un formulaire de plainte dont une copie est destinée au commerçant et l'autre au bureau régional. La copie expédiée au commerçant facilite cette première démarche puisqu'elle permet de mieux circonscrire les faits et de favoriser ainsi la conciliation entre le consommateur et le commerçant.

Par ailleurs, si la première démarche auprès du commerçant s'avère infructueuse, le bureau régional prend des mesures pour favoriser l'indemnisation des consommateurs. Il intervient alors par un processus de médiation entre le consommateur et le commerçant. Cette étape constitue la plupart du temps la dernière chance qu'a le consommateur de voir reconnaître ses droits avant de les faire valoir devant les tribunaux.

En 1982-1983, cette technique de médiation a été utilisée dans le cas de 4 834 dossiers et a porté fruit

dans une proportion de 43%. En valeur monétaire, une somme de 585 830 $ a pu ainsi être obtenue par des consommateurs grâce à l'action des bureaux régionaux de l'Office. Ce chiffre ne tient pas compte toutefois des divers autres types d'indemnisation non monnayables tel le respect des garanties.

**Plaintes concernant des domaines régis par la loi**

| Rang | Biens et services | Biens | Services | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Véhicules de transport | 23 930 | 8 255 | 32 185 |
| 2 | Habitation | 5 685 | 3 596 | 9 281 |
| 3 | Audio-visuel | 4 083 | 2 370 | 6 453 |
| 4 | Appareils domestiques (gros) | 4 925 | 1 292 | 6 217 |
| 5 | Meubles | 4 564 | 207 | 4 771 |
| 6 | Vêtements | 3 618 | 313 | 3 931 |
| 7 | Prêt-crédit | 3 531 | 206 | 3 737 |
| 8 | Publications | 2 286 | 607 | 2 893 |
| 9 | Enseignement | — | 2 328 | 2 328 |
| 10 | Ministères et organismes publics | — | 2 193 | 2 193 |
| 11 | Aliments | 1 345 | 103 | 1 448 |
| 12 | Communications électroniques | 88 | 958 | 1 046 |
| 13 | Voyage-hôtel-restaurant | 213 | 765 | 978 |
| 14 | Décoration | 593 | 263 | 856 |
| 15 | Appareils de chauffage | 591 | 197 | 788 |
| 16 | Vaisselle | 779 | 7 | 786 |
| 17 | Assurances | — | 784 | 784 |
| 18 | Appareils de précision | 670 | 96 | 766 |
| 19 | Bijoux | 592 | 133 | 725 |
| 20 | Agences | — | 693 | 693 |
| 21 | Machinerie et outils | 537 | 55 | 592 |
| 22 | Types d'énergie | 257 | 287 | 544 |
| 23 | Appareils domestiques (petits) | 477 | 65 | 542 |
| 24 | Animaux | 454 | 22 | 476 |
| 25 | Organismes coopératifs ou privés | — | 458 | 458 |
| 26 | Médicaments-prothèses | 267 | 99 | 366 |
| 27 | Jouets | 346 | 2 | 348 |
| 28 | Produits de beauté | 240 | 105 | 345 |
| 29 | Instruments de musique | 225 | 9 | 234 |
| 30 | Instruments de jardin et pelouse | 157 | 20 | 177 |
| 31 | Camping | 103 | 13 | 116 |
| 32 | Funérailles | 59 | 40 | 99 |
| 33 | Trousseaux | 78 | 19 | 97 |
| 34 | Placements | 73 | 7 | 80 |
| 35 | Annonces classées | — | 78 | 78 |
| 36 | Déménagement | 4 | 71 | 75 |
| 37 | Produits d'entretien ménager | 72 | 3 | 75 |
| 38 | Feu-vol | 67 | 6 | 73 |
| 39 | Énergie-compteur | 41 | 6 | 47 |
| 40 | Autres | 6 573 | 2 279 | 8 852 |
| | **Total** | **67 523** | **29 010** | **96 533** |

Biens : 24%
Services: 10%

**Plaintes concernant des domaines non régis par la loi**

| Rang | Biens et services | Biens | Services | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Véhicules de transport | 7 650 | 1 038 | 8 688 |
| 2 | Habitation | 4 864 | 3 074 | 7 938 |
| 3 | Assurances | — | 7 088 | 7 088 |
| 4 | Ministères et organismes publics | — | 6 185 | 6 185 |
| 5 | Communications électroniques | 82 | 2 638 | 2 720 |
| 6 | Meubles | 2 157 | 208 | 2 365 |
| 7 | Vêtements | 1 652 | 298 | 1 950 |
| 8 | Audio-visuel | 1 283 | 577 | 1 860 |
| 9 | Prêt-crédit | 1 677 | 124 | 1 801 |
| 10 | Médicaments-prothèses | 531 | 1 213 | 1 744 |
| 11 | Appareils domestiques (gros) | 1 488 | 193 | 1 681 |
| 12 | Types d'énergie | 355 | 1 161 | 1 516 |
| 13 | Aliments | 874 | 51 | 925 |
| 14 | Voyage-hôtel-restaurant | 183 | 435 | 618 |
| 15 | Appareils de chauffage | 353 | 167 | 520 |
| 16 | Décoration | 318 | 201 | 519 |
| 17 | Placements | 420 | 39 | 459 |
| 18 | Publications | 269 | 146 | 415 |
| 19 | Animaux | 360 | 40 | 400 |
| 20 | Organismes coopératifs ou privés | — | 384 | 384 |
| 21 | Agences | — | 360 | 360 |
| 22 | Machinerie et outils | 257 | 51 | 308 |
| 23 | Bijoux | 205 | 80 | 285 |
| 24 | Appareils de précision | 200 | 81 | 281 |
| 25 | Enseignement | — | 261 | 261 |
| 26 | Déménagement | 5 | 165 | 170 |
| 27 | Produits de beauté | 67 | 101 | 168 |
| 28 | Appareils domestiques (petits) | 135 | 33 | 168 |
| 29 | Instruments de musique | 150 | 13 | 163 |
| 30 | Camping | 129 | 21 | 150 |
| 31 | Énergie-compteur | 122 | 23 | 145 |
| 32 | Jouets | 112 | 8 | 120 |
| 33 | Vaisselle | 110 | 1 | 111 |
| 34 | Instruments de jardin et pelouse | 63 | 28 | 91 |
| 35 | Annonces classées | — | 59 | 59 |
| 36 | Funérailles | 27 | 26 | 53 |
| 37 | Feu-vol | 42 | 8 | 50 |
| 38 | Trousseaux | 32 | 1 | 33 |
| 39 | Produits d'entretien ménager | 16 | 2 | 18 |
| 40 | Autres | 5 404 | 5 623 | 11 027 |
| | **Total** | **31 592** | **32 205** | **63 797** |

Biens : 11 %
Services: 12 %

**Demandes de renseignements concernant des domaines régis par la loi**

| Rang | Biens et services | Biens | Services | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Véhicules de transport | 16 456 | 1 799 | 18 255 |
| 2 | Ministères et organismes publics | — | 12 130 | 12 130 |
| 3 | Habitation | 5 250 | 2 807 | 8 057 |
| 4 | Appareils domestiques (gros) | 7 279 | 345 | 7 624 |
| 5 | Audio-visuel | 2 454 | 671 | 3 125 |
| 6 | Organismes coopératifs ou privés | — | 2 340 | 2 340 |
| 7 | Prêt-crédit | 1 778 | 106 | 1 884 |
| 8 | Meubles | 1 346 | 61 | 1 407 |
| 9 | Enseignement | — | 1 336 | 1 336 |
| 10 | Appareils domestiques (petits) | 1 085 | 15 | 1 100 |
| 11 | Appareils de chauffage | 983 | 78 | 1 061 |
| 12 | Publications | 767 | 264 | 1 031 |
| 13 | Assurances | — | 959 | 959 |
| 14 | Aliments | 871 | 66 | 937 |
| 15 | Vêtements | 762 | 26 | 788 |
| 16 | Agences | — | 695 | 695 |
| 17 | Vaisselle | 535 | 3 | 538 |
| 18 | Voyage-hôtel-restaurant | 68 | 379 | 447 |
| 19 | Produits de beauté | 291 | 116 | 407 |
| 20 | Types d'énergie | 266 | 112 | 378 |
| 21 | Jouets | 358 | 7 | 365 |
| 22 | Médicaments-prothèses | 237 | 117 | 354 |
| 23 | Feu-vol | 320 | 4 | 324 |
| 24 | Communications électroniques | 27 | 282 | 309 |
| 25 | Machinerie et outils | 209 | 3 | 212 |
| 26 | Décoration | 131 | 40 | 171 |
| 27 | Bijoux | 141 | 29 | 170 |
| 28 | Funérailles | 82 | 84 | 166 |
| 29 | Instruments de précision | 130 | 12 | 142 |
| 30 | Instruments de jardin et pelouse | 126 | 2 | 128 |
| 31 | Animaux | 116 | 9 | 125 |
| 32 | Instruments de musique | 98 | 2 | 100 |
| 33 | Produits d'entretien ménager | 80 | 15 | 95 |
| 34 | Annonces classées | — | 87 | 87 |
| 35 | Placements | 80 | 6 | 86 |
| 36 | Camping | 70 | 3 | 73 |
| 37 | Déménagement | 4 | 57 | 61 |
| 38 | Trousseaux | 41 | 1 | 42 |
| 39 | Énergie-compteur | 28 | 7 | 35 |
| 40 | Autres | 5 498 | 5 051 | 10 549 |
| | **Total** | **47 967** | **30 126** | **78 093** |

Biens : 17%
Services: 11%

**Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par la loi**

| Rang | Biens et services | Biens | Services | Total |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Véhicules de transport | 5 857 | 197 | 6 054 |
| 2 | Ministères et organismes publics | — | 4 718 | 4 718 |
| 3 | Assurances | — | 4 644 | 4 644 |
| 4 | Habitation | 1 934 | 1 353 | 3 287 |
| 5 | Organismes coopératifs ou privés | — | 1 666 | 1 666 |
| 6 | Appareils domestiques (gros) | 1 333 | 56 | 1 389 |
| 7 | Meubles | 1 115 | 53 | 1 168 |
| 8 | Audio-visuel | 738 | 160 | 898 |
| 9 | Communications électroniques | 28 | 723 | 751 |
| 10 | Prêt-crédit | 646 | 47 | 693 |
| 11 | Vêtements | 558 | 28 | 586 |
| 12 | Agences | — | 498 | 498 |
| 13 | Médicaments-prothèses | 161 | 310 | 471 |
| 14 | Aliments | 425 | 43 | 468 |
| 15 | Types d'énergie | 175 | 195 | 370 |
| 16 | Appareils de chauffage | 234 | 41 | 275 |
| 17 | Voyage-hôtel-restaurant | 36 | 182 | 218 |
| 18 | Appareils domestiques (petits) | 210 | 3 | 213 |
| 19 | Enseignement | — | 209 | 209 |
| 20 | Placements | 169 | 12 | 181 |
| 21 | Publications | 86 | 51 | 137 |
| 22 | Animaux | 116 | 10 | 126 |
| 23 | Instruments de jardin et pelouse | 81 | 45 | 126 |
| 24 | Bijoux | 85 | 15 | 100 |
| 25 | Décoration | 78 | 18 | 96 |
| 26 | Vaisselle | 72 | 1 | 73 |
| 27 | Jouets | 68 | 2 | 70 |
| 28 | Feu-vol | 64 | 1 | 65 |
| 29 | Camping | 64 | 1 | 65 |
| 30 | Instruments de musique | 62 | 1 | 63 |
| 31 | Instruments de précision | 57 | 5 | 62 |
| 32 | Machinerie et outils | 52 | 5 | 57 |
| 33 | Funérailles | 27 | 22 | 49 |
| 34 | Énergie-compteur | 43 | 3 | 46 |
| 35 | Déménagement | 5 | 39 | 44 |
| 36 | Instruments de jardin et pelouse | 38 | 4 | 42 |
| 37 | Annonces classées | — | 27 | 27 |
| 38 | Produits d'entretien ménager | 14 | 5 | 19 |
| 39 | Trousseaux | 16 | — | 16 |
| 40 | Autres | 9 097 | 3 985 | 13 082 |
| | **Total** | **23 744** | **19 378** | **43 122** |

Biens : 8%
Services: 7%

## La Direction des affaires juridiques

Le mandat de la Direction des affaires juridiques est d'assurer le respect des lois dont la responsabilité est confiée à l'Office, à savoir la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur les agents de voyages et la Loi sur le recouvrement de certaines créances. Elle agit au moyen d'interventions administratives, telles que la mise en demeure et l'engagement volontaire ou au moyen d'interventions judiciaires.

Afin de faciliter l'observance de la loi par les commerçants, la direction joue un rôle préventif en répondant à leurs nombreuses demandes de renseignements et en acceptant de vérifier sur demande la conformité de leurs contrats avec la loi.

Enfin, la direction agit à titre de conseiller juridique auprès des bureaux régionaux. Elle traite les plaintes reçues par ceux-ci et détermine les suites à leur donner, de même qu'elle fournit au personnel de ces bureaux toute opinion juridique dont il a besoin pour répondre aux demandes des consommateurs.

### La Loi sur la protection du consommateur

#### L'automobile

Un accent particulier a été mis sur ce secteur qui fait l'objet du plus grand nombre de plaintes de la part des consommateurs. Les enquêteurs de l'Office ont visité 285 garages et ateliers de réparation. Au total, 223 accusations ont été portées contre quelque 117 établissements, relativement à des infractions aux dispositions de la loi sur l'évaluation, la facture de réparations et la divulgation obligatoire en matière de vente d'automobiles d'occasion.

Dans le cadre de l'opération auto-témoin, 54 établissements ont été visités dans différentes régions du Québec et des poursuites ont été déposées contre 16 d'entre eux. Cette opération a pour but de prévenir la fraude dans le secteur de la réparation automobile, fraude souvent difficile à détecter par le consommateur. Pour ce, des spécialistes en mécanique provoquent un problème mineur sur une automobile en parfait état de fonctionnement. Un représentant de l'Office s'occupe alors de faire effectuer la réparation. On vérifie ensuite si les pièces défectueuses ont été remplacées, si d'autres pièces ont été changées inutilement, et s'il y a fraude dans la facture. Les établissements visités sont choisis en fonction de la fréquence des plaintes reçues. Ainsi, des commerçants qui exercent des pratiques déloyales sont poursuivis et condamnés. Cette année, le total des amendes imposées a été de 13 300 $.

#### La publicité et les pratiques commerciales

L'Office surveille de façon permanente la publicité télévisée et écrite, afin de s'assurer qu'elle est conforme aux dispositions de la loi.

Cette surveillance constante depuis trois années d'application a donné des résultats positifs. Ainsi, la publicité destinée aux enfants est presque disparue des ondes; la publicité en matière de crédit respecte généralement les dispositions de la loi: seulement 2 poursuites ont été déposées à ce chapitre.

Quant à la publicité trompeuse et aux pratiques commerciales déloyales, 202 enquêtes ont été consacrées à ce secteur et 295 accusations ont été déposées contre plusieurs commerçants relativement à de fausses représentations sur la nature et le prix d'un bien ou d'un service. Ces poursuites ont donné lieu à 53 condamnations.

#### L'isolation et la rénovation domiciliaire

Les secteurs de l'isolation et de la rénovation domiciliaire (toitures, revêtements en aluminium, portes et fenêtres) sont régis par les dispositions de la loi ayant trait à la vente itinérante et aux pratiques de commerce. Dans ce domaine, on surveille si les entrepreneurs usent de fausses représentations, demandent des prix exorbitants, exécutent un travail de mauvaise qualité ou refusent de garantir leur travail. Plusieurs entreprises de rénovation aux tactiques douteuses, qui oeuvraient dans différentes régions du Québec en même temps, ont été poursuivies simultanément dans plusieurs districts judiciaires.

Au total, l'Office a effectué 122 enquêtes et 115 poursuites, qui ont donné lieu à 304 accusations. Les entreprises condamnées sont au nombre de 111.

#### La réparation d'appareils domestiques

Dans le cadre de l'opération téléviseur-témoin, qui fonctionne de la même façon que l'opération auto-témoin, 45 réparateurs de télévision ont été visités, dont 34 ont été poursuivis pour avoir faussement effectué du travail ou remplacé des pièces ou pour avoir effectué une réparation non nécessaire. Jusqu'à maintenant, 9 jugements favorables à l'Office ont été obtenus, pour des amendes totalisant 8 600 $. Une opération analogue a été mise sur pied relativement à la réparation de gros appareils électroménagers (par exemple, le réfrigérateur), en raison de la réception d'un nombre élevé de plaintes contre certains réparateurs.

#### Les studios de santé

L'Office de la protection du consommateur surveille de très près les studios de santé à cause des impor-

tantes sommes d'argent perçues du public à titre d'abonnements et des fermetures nombreuses qui ont caractérisé cette industrie depuis plusieurs années. En vertu de la loi, tout studio de santé doit, pour pouvoir opérer, fournir un cautionnement à l'Office de la protection du consommateur et détenir un permis de celui-ci.

Le cautionnement sert à rembourser les consommateurs lors de la fermeture d'un studio. Ceux-ci bénéficient également de plusieurs avantages, comme la possibilité d'annuler le contrat à l'intérieur du délai précisé dans la loi, et aussi en ce qui concerne les modalités de paiement: le commerçant ne peut percevoir les frais en un seul versement, ni percevoir un acompte tant que les services n'ont pas commencé à être dispensés. Soulignons enfin une autre caractéristique de la loi dans ce domaine, soit l'abolition des abonnements à vie. La durée maximale du contrat est maintenant d'un an.

Cette année, 52 enquêtes ont été effectuées dans ce secteur ainsi que dans le secteur connexe des cours dispensés par diverses écoles privées et ont débouché sur 193 accusations contre 36 commerçants, dont 31 ont été condamnés.

### La fiducie

Certaines dispositions de la loi obligent les commerçants à déposer dans un compte en fiducie les sommes reçues de consommateurs en vertu de contrats pour lesquels ils exécutent leur obligation plus de deux mois après la conclusion du contrat. L'argent est conservé dans ce compte jusqu'à conclusion du contrat. Ainsi, le consommateur est assuré d'être remboursé s'il se prévaut de son droit d'annuler le contrat, ou s'il ne peut obtenir le bien ou le service faisant l'objet du contrat. Ces dispositions font rarement l'objet de plaintes de la part des consommateurs, qui ignorent si leur argent est effectivement conservé en fiducie. Afin d'en assurer le respect, l'Office effectue des vérifications chez les marchands soumis à cette obligation, lors de toute enquête, quel que soit l'objet de la plainte. Ceci s'applique notamment aux secteurs de l'automobile et du meuble. Dans ce dernier secteur, l'Office a effectué une opération spéciale, qui a donné lieu à 21 poursuites et 70 mises en demeure.

### La Loi sur les agents de voyages

La Loi sur les agents de voyages, dont l'application a été confiée à l'Office en décembre 1981, a pour but de protéger les consommateurs transigeant avec les agents de voyages. Cette loi prévoit notamment l'obligation de détenir un permis et l'obligation de déposer en fiducie l'argent des consommateurs jusqu'à ce que les services soient rendus; de plus, tout agent doit, en proportion avec son chiffre d'affaires, fournir un cautionnement individuel et cotiser à un fonds collectif. Ce fonds, qui atteint près de 3 millions de dollars, est géré par l'Office. Il sert à rembourser les consommateurs en cas de fermeture d'une agence.

En raison de la conjoncture économique, plusieurs agences ont dû fermer leurs portes en 1982-1983, dont d'importants grossistes et détaillants. Dans 12 cas, l'Office a dû nommer un fiduciaire pour procéder à la distribution des fonds en fiducie et au paiement des créances des consommateurs ainsi que pour conclure des ententes avec différents fournisseurs de services afin de faciliter, dans les cas d'urgence, le départ ou le retour de voyageurs.

Dans les dossiers des grossistes Sunflight et Skylark, l'Office a dû recourir aux tribunaux pour entrer en possession de fonds en fiducie d'une valeur de 1,3 million de dollars. Cette récupération a permis de rembourser un peu plus de 7 000 consommateurs.

Pour ce qui est des permis, l'Office en a émis 914, pour autant de bureaux d'agences de voyages. En ce qui concerne les auditions que doit tenir le président à chaque fois qu'il a l'intention de ne pas émettre ou renouveler un permis ou encore de le suspendre ou de l'annuler, elles ont été au nombre de 30. Elles ont donné lieu à 9 annulations de permis et 2 décisions de non-renouvellement.

### La Loi sur le recouvrement de certaines créances

Cette loi vise à assurer que les personnes qui recouvrent une créance pour autrui le fassent avec honnêteté et compétence. Ainsi, elles doivent détenir un permis pour l'obtention duquel elles ont à verser un cautionnement. Celui-ci est destiné à indemniser les personnes touchées par un manquement à la loi. De plus, l'argent recouvré doit être déposé dans un compte en fiducie jusqu'à ce qu'il soit remis à la personne pour qui il a été perçu. Enfin, les agents de recouvrement doivent soumettre leurs pratiques à des normes strictes. La loi prévoit un certain nombre de pratiques interdites, comme par exemple les menaces et l'intimidation.

Cette année, à la suite des plaintes du public dans ce domaine, l'Office a effectué 20 enquêtes qui ont débouché sur 5 poursuites.

### La législation

L'article 223 de la loi qui prévoit le marquage unitaire des prix sur les biens vendus au détail, de même que son règlement d'application, sont entrés en vigueur le 10 août 1982. Le règlement prévoit un certain nombre d'exceptions.

### Les permis

En complément de ses interventions d'ordre judiciaire, l'Office assure la protection du public consommateur dans les domaines de la vente itinérante, du prêt d'argent, des studios de santé et des agents de

recouvrement de créances en assujettissant les commerçants qui exercent ces activités à l'obligation de détenir un permis et de déposer un cautionnement (sauf dans le cas des prêteurs d'argent). Ce cautionnement garantit l'exécution d'un jugement obtenu en vertu de la loi par un consommateur à l'égard d'un commerçant. Un commerçant, détenteur d'un permis, peut se voir retirer ce permis s'il ne se conforme pas à la loi dans l'exercice de ses activités commerciales. Le tableau suivant indique le nombre de permis émis par l'Office et les droits perçus en 1982-1983.

Permis délivrés et droits perçus en 1982-1983

| | Permis délivrés | Droits perçus $ | Total des permis en vigueur au 31 mars 1983 |
|---|---|---|---|
| Commerçants itinérants | 1 126 | 214 580 | 1 544 |
| Prêteurs d'argent | 104 | 18 200 | 109 |
| Studios de santé | 43 | 7 525 | 59 |
| Agents de recouvrement | 8 | 1 400 | 46 |
| Agents de voyages | 1 281 | 104 458,75 | 914 |
| **Total:** | **2 562** | **346 163,75** | **2 672** |

**Synthèse des principales activités en 1982-1983 par secteur**

| Activités | Avis | Enquêtes | Poursuites | Accusations | Condamnations | Amendes $ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Automobile | 501 | 307 | 117 | 223 | 95 | 76 600 |
| Publicité et pratiques de commerce | 388 | 202 | 78 | 295 | 53 | 59 350 |
| Crédit | 28 | 48 | 2 | 1 | 2 | 1 500 |
| Rénovation domiciliaire et isolation | 243 | 122 | 115 | 304 | 111 | 63 950 |
| Studios de santé et autres services à exécution successive | 114 | 52 | 36 | 193 | 31 | 24 150 |
| Fiducie | 70 | 92 | 21 | 26 | 10 | 4 700 |
| Réparation de téléviseurs et appareils domestiques | 154 | 81 | 54 | 83 | 22 | 14 500 |
| Agents de recouvrement | 36 | 20 | 5 | 5 | 1 | 500 |
| Agents de voyages | 140 | 165* | 54 | 59 | 0 | 0 |
| Autres | 238 | 202 | 5 | 5 | 5 | 7 900 |
| **Total:** | **1 912** | **1 291** | **487** | **1 194** | **330** | **253 150 $** |

* Il faut ajouter à ce chiffre 399 inspections et vérifications.

## La Direction des communications

La Direction des communications a pour rôle de promouvoir auprès des consommateurs la meilleure connaissance possible de l'Office et de ses services, des lois qu'il est chargé d'appliquer, ainsi que de tout élément de protection du consommateur dans son sens le plus large. De plus, la direction collabore à la mise sur pied d'un programme d'éducation à la consommation en milieu scolaire. Enfin, elle coordonne les activités d'un centre de documentation dont le rôle est de recueillir et traiter toute information non administrative et de la diffuser au personnel de l'Office. Les associations de consommateurs ont également accès à ce centre.

Cette année encore, la direction a mis l'accent sur la prévention en matière de protection du consommateur. Les programmes mis en application visaient à inciter les citoyens à prendre leurs responsabilités dans ce domaine et à acquérir ainsi une certaine autonomie pour régler des problèmes courants de consommation.

### L'information

Par son programme d'information, l'Office a cherché à amener le consommateur à réfléchir sur ses habitudes de consommation et à se familiariser avec le contenu des lois afin qu'il soit en mesure de faire des choix rationnels. Plusieurs activités ont été orientées en ce sens.

L'une de ces activités est la publication de deux magazines, *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*, qui visent soit à informer directement les consommateurs et à les guider dans la gestion de leur budget, soit à les renseigner sur leurs droits et les recours dont ils disposent.

Les contenus de ces magazines sont élaborés en fonction des problèmes des consommateurs. On y traite donc de domaines tels que l'automobile et l'alimentation, mais aussi de sujets répondant aux préoccupations de l'heure. Ainsi, une attention spéciale a été accordée cette année à la question de l'habitation et à celle des économies d'énergie, en réponse aux préoccupations grandissantes exprimées par les consommateurs dans ces domaines. Quelques articles avaient pour sujets de nouveaux produits de consommation tels les « walkmans » et les planches à voiles. Le public peut donc profiter de magazines adaptés aux nouvelles tendances en consommation.

Parmi les sujets abordés, il faut aussi noter la publication d'un important dossier sur l'assurance-vie qui démontrait la nécessité de réviser périodiquement son portefeuille d'assurance.

En mars 1983, le tirage du magazine *Protégez-Vous* était de 192 171 exemplaires vendus aux abonnés et en kiosque, alors que celui de *Protect Yourself* se chiffrait à 13 125 exemplaires. Les articles publiés dans ces magazines sont aussi largement repris dans les médias écrits et électroniques; ils constituent donc des outils d'information et d'éducation de premier plan pour le consommateur.

Soulignons finalement que le magazine *Protect Yourself* s'est doté durant l'année d'un contenu original dans une proportion de 70%. En fait, il reproduit toujours les tests publiés dans *Protégez-Vous*, mais la majeure partie de son contenu est conçue en fonction de ses publics-cibles.

Par ailleurs, la direction a orienté ses efforts vers une présence plus marquée de l'Office dans les médias électroniques des grands centres urbains et de certaines régions du Québec. Les interventions de l'Office dans les médias électroniques sont de trois types:

- des interventions ponctuelles de représentants de l'Office, présentées dans le cadre d'émissions d'affaires publiques ou de bulletins de nouvelles, ont pour but de renseigner la population sur différents dossiers d'actualité touchant la protection du consommateur;
- des chroniques régulières dans différentes stations de radio et de télévision des régions de Québec et Montréal contribuent à assurer une présence très active de l'O.P.C. auprès de ses clientèles;
- des séries d'émissions télévisées produites avec la collaboration des bureaux régionaux informent les consommateurs sur les droits que leur confèrent les lois administrées par l'Office. En 1982-1983, les consommateurs des régions du Saguenay—Lac-Saint-Jean, de Hull et de Québec, ont pu bénéficier de ces émissions.

Durant la majeure partie de l'exercice financier 1982-1983, trois émissions d'information et des centaines de pages de texte ont aussi été diffusées chaque semaine sur le canal « Consommation, emplois et services » du réseau Inter-Vision. Cette activité a pris fin le 25 janvier 1983.

Au cours de l'année, la direction a mis un accent particulier sur les activités juridiques de l'Office, notamment par une consolidation de la mise en marché auprès des médias de certains dossiers jugés d'intérêt général pour les consommateurs. Ce faisant, l'O.P.C. vise à accroître l'effet dissuasif que créent auprès des commerçants le dépôt de poursuites et l'obtention de jugements, sans compter que la dénonciation de pratiques commerciales déloyales contribue à rendre les consommateurs plus vigilants dans leurs rapports avec les commerçants.

Dans le domaine de l'écrit, l'Office dispose d'une série de onze dépliants et de six guides d'application sur la Loi sur la protection du consommateur. Plusieurs de ces documents ont été mis à jour et réédités pour répondre aux demandes constantes des consommateurs.

Afin de rejoindre le consommateur là où il consomme, douze feuillets informatifs *Protégez-Vous en bref* ont été offerts dans 160 supermarchés de la région de Montréal entre les mois de mai et décembre 1982. Au début de janvier 1983, cette expérience a été reprise dans quelque 25 supermarchés de la région de Québec.

Enfin, tout au cours de l'année, la Direction des communications a joué un rôle de conseil et de soutien auprès des directions de l'Office, notamment en collaborant aux activités de communication effectuées par les bureaux régionaux, tout en accordant une attention particulière au personnel de l'Office; ainsi, une politique de communication interne a été élaborée et un bulletin d'information interne est maintenant publié régulièrement.

### Les relations publiques

Dans le domaine des relations publiques, la direction a mis l'accent sur les relations avec les associations de consommateurs et sur la préparation d'outils pédagogiques destinés aux enseignants du primaire et du secondaire, tout en mettant de l'avant plusieurs réalisations pour servir les autres clientèles de l'Office, soit les milieux d'affaires et les communautés culturelles.

En ce qui a trait aux associations de consommateurs, l'Office a privilégié l'information, la consultation, l'échange, le soutien technique et la collaboration. C'est ainsi que deux séances d'information et de consultation ont été tenues à l'intention des permanents et bénévoles des associations de consommateurs. Dans le but de collaborer avec les associations dans la réalisation de leur mandat, un guide a été conçu à leur intention contenant une série d'informations techniques, pratiques et légales. Un bulletin de liaison bimestriel a été mis sur pied servant d'outil d'information et d'échange entre l'Office et les associations, mais aussi entre les associations elles-mêmes puisqu'elles peuvent y véhiculer des nouvelles sur leurs propres activités.

L'envoi hebdomadaire de la revue de presse de l'Office et du sommaire des périodiques du centre de documentation a permis aux associations d'avoir accès à de nombreuses informations concernant la consommation tout en leur évitant de coûteux abonnements.

Un autre bulletin d'information bimestriel a été produit par la direction. Intitulé « La lettre d'affaires de l'O.P.C. », il s'adresse aux associations d'affaires, leur faisant connaître leurs obligations légales sur la protection du consommateur tout en les sensibilisant aux problèmes des consommateurs. Ainsi, à l'occasion de l'entrée en vigueur, le 10 août 1982, de l'article 223 et de son règlement sur l'indication obligatoire du prix de vente sur les produits, une action spéciale d'information a été entreprise afin d'illustrer par des exemples l'application de cet article.

Enfin, la direction a élaboré un plan d'action visant à cerner les besoins des communautés culturelles, à répondre à leurs attentes et à identifier les relayeurs travaillant auprès de cette clientèle. Deux séances d'information ont été tenues à l'intention des relayeurs, rencontres au cours desquelles ont été abordés des sujets tels l'endettement, le crédit et l'automobile.

### L'éducation

En étroite collaboration avec le ministère de l'Éducation du Québec, la direction a concentré ses efforts sur l'élaboration finale des objectifs d'apprentissage du volet éducation à la consommation du programme « Formation personnelle et sociale », qui sera mis à l'essai dans les écoles dès septembre 1983, puis implanté graduellement, pour devenir obligatoire en 1986. Ce volet éducation à la consommation vise à préparer les élèves de toutes les années du primaire et du secondaire à devenir des consommateurs plus avertis.

La direction a produit du matériel pédagogique pour faciliter l'enseignement de cette nouvelle matière pour laquelle il n'existe aucune tradition. Ainsi, des guides d'activités d'apprentissage, des diaporamas reprenant les objectifs du programme ont été préparés pour les enseignants.

La direction a également produit un vidéo destiné aux enseignants, leur présentant les objectifs poursuivis par l'Office dans la préparation de ce volet éducation à la consommation, les contenus développés et les outils qui leur sont destinés.

### La documentation

Le centre de documentation de l'Office est constitué d'une collection d'environ 2 000 volumes et publications diverses. Il est mis à la disposition du personnel de l'Office ainsi que des associations de consommateurs, à qui il offre des services de consultation sur place, de prêt entre bibliothèques, de recherche bibliographique et de photocopie d'articles de périodiques.

## La Direction de la recherche

La Direction de la recherche a pour fonction de procéder à des études et des recherches sur les différents secteurs de consommation, ainsi que sur les problèmes des consommateurs. Ces études servent à éclairer les politiques de protection du consommateur et à appuyer diverses interventions de l'Office.

Parmi les principales activités menées au sein de la Direction de la recherche en 1982-1983, il faut mentionner les tests comparatifs sur la qualité des produits, des recherches dans le domaine de l'alimentation, des études portant sur divers problèmes de consommation et l'analyse des résultats de sondages réalisés à la fin de l'année budgétaire précédente.

### Les tests comparatifs

Dans le but de fournir aux consommateurs plus de renseignements sur la qualité et l'utilité d'un certain nombre de produits, l'Office a poursuivi son programme de tests comparatifs.

L'Office se préoccupe des produits de grande consommation reconnus comme nécessaires par la société actuelle ou encore des produits douteux pouvant mériter une mise en garde ou une dénonciation pure et simple. Les produits présentant un intérêt particulier en raison d'avantages reconnus, mais pour lesquels le consommateur doit être prudent et bien informé avant d'en faire l'achat, font aussi l'objet des tests.

Dans tous les cas, l'accent est mis sur la fonction remplie par le produit étudié, avec les explications pertinentes. L'évaluation du produit quant à ses caractéristiques ou à sa performance est faite selon des critères qui reflètent les besoins des consommateurs et une méthodologie rigoureuse qui vise à faire ressortir les points forts et les points faibles d'un produit. La comparaison des résultats permet de fournir au consommateur des informations générales quant aux produits testés et des critères de choix relativement à l'acquisition de ces produits (guide d'achat).

Les rapports de tests sont utilisés par l'Office pour servir de base, en complément avec d'autres informations sur le produit, à la rédaction d'un article destiné à être publié dans les magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*. Au cours de l'année 1982-1983, les résultats de 24 tests ont ainsi été rendus publics.

### Les recherches dans le domaine de l'alimentation

Un projet de relevé des prix du panier à provisions, amorcé au cours de l'exercice précédent, s'est matérialisé en 1982-1983. Il consiste en un relevé mensuel des prix des aliments, basé sur un panier à provisions type, effectué dans chacune des régions du Québec. Les informations obtenues dans le cadre de ce projet pourront être rendues publiques à compter du printemps 1983.

Il faut également noter l'apport des associations de consommateurs à la réalisation de ce projet. En effet, ce sont des membres de ces associations qui effectuent les relevés mensuels des prix.

### Les études relatives à des problèmes de consommation

Divers sujets ou situations pouvant être synonymes de problèmes pour le consommateur ont fait l'objet d'études en 1982-1983. Les constatations qui en découlent ont permis ou permettront d'appuyer diverses interventions de l'Office, de contribuer à la mise à jour des lois relevant de sa responsabilité, d'informer le consommateur de ses droits et recours ou de le mettre en garde.

### Les sondages

En plus de coordonner les tests sur les produits et mener des recherches sur divers aspects de la consommation, la Direction de la recherche est appelée périodiquement à évaluer, en regard des besoins exprimés par les consommateurs, certains programmes ou certaines activités de l'Office. Les résultats de ces sondages et les constatations qui en découlent contribuent, avec d'autres éléments, à orienter les activités de l'Office. C'est dans ce contexte que deux sondages, l'un portant sur la connaissance et l'utilisation par les consommateurs de la Loi sur la protection du consommateur et l'autre sur l'impact du programme de tests comparatifs, ont été réalisés à la fin du précédent exercice. Les résultats de ces sondages ont été analysés au cours de 1982-1983.

Le sondage portant sur la connaissance et l'utilisation par les consommateurs de la Loi sur la protection du consommateur a révélé une connaissance inégale des divers secteurs de la loi. Ainsi les secteurs relatifs à la publicité trompeuse, les contrats en général, la réparation automobile, l'achat de voiture d'occasion et les achats à distance sont bien connus des consommateurs. Les secteurs concernant les appareils ménagers, les services à exécution successive, le crédit et les pratiques commerciales, la vente itinérante apparaissent être moins connus. Il révèle également que la plupart des secteurs ou sous-secteurs de la loi sont peu utilisés. Relativement aux organismes de protection du consommateur, la majorité des répondants ayant contacté un tel organisme se sont déclarés satisfaits de l'expérience.

Le sondage relatif au programme de tests comparatifs a indiqué que le contenu des tests jouissait d'un taux élevé de compréhension et de satisfaction et que la présentation visuelle répondait aux attentes des lecteurs. Les lecteurs se sont déclarés satisfaits des sujets traités, tout en souhaitant un plus grand nombre de tests dans le domaine de la santé. Le sondage révèle également que les tests sont d'abord utilisés comme une source d'information générale en consommation plutôt que comme un guide d'achat.

## La Direction de l'administration et du personnel

La Direction de l'administration et du personnel fournit aux unités administratives de l'Office assistance, conseil et soutien pour toute question concernant la gestion des ressources humaines, matérielles et financières.

Elle s'occupe de combler les postes vacants, d'assurer la formation du personnel, de gérer le budget, l'approvisionnement en matériel et l'aménagement des espaces. Elle doit également analyser les divers mécanismes de fonctionnement de l'organisme et voir à implanter des procédés administratifs permettant une gestion efficace. Elle est aussi responsable des relations avec les organismes centraux de l'administration gouvernementale. Enfin, elle agit comme titulaire de dossier auprès du responsable ministériel des programmes d'égalité en emploi.

Cette année, l'intégration du Service des agents de voyages à l'Office a amené la direction à préparer un nouveau plan d'organisation administrative supérieure. Le principal changement a été la transformation de la division des permis en service. Les employés ainsi intégrés ont été répartis entre le Service des enquêtes et celui des permis; les employés ayant à effectuer des enquêtes pour l'une ou l'autre des lois administrées par l'Office sont maintenant regroupés dans un même service, de même que ceux ayant à émettre des permis. À la suite de l'adoption du nouveau plan d'organisation administrative supérieure, un nouveau plan de gestion financière a été préparé et une nouvelle structure budgétaire mise en place, dans le but de fournir aux gestionnaires un meilleur outil de gestion dans la réalisation de leurs activités et de leur mandat.

Mentionnons également une étude sur les systèmes téléphoniques visant à améliorer le service à la clientèle, et enfin une révision du système d'inventaire permanent du matériel.

## Le Secrétariat

Le Secrétariat exerce un rôle de soutien auprès des membres du Conseil d'administration de l'Office dans leurs travaux et coordonne également les activités de différents comités formés par le Conseil. Il exerce aussi ce rôle de soutien pour la préparation, la tenue et le suivi des réunions de gestion auprès des différentes directions de l'Office, et assiste la Direction de l'Office dans ses fonctions administratives de même que dans celles ayant trait à la planification et à la coordination.

De plus, cette unité administrative coordonne l'application des programmes d'égalité en emploi à l'intention des femmes, des personnes handicapées et des membres des communautés culturelles. Avec les membres des comités formés dans le cadre de ces programmes, elle prépare les plans d'action et surveille leur mise en oeuvre.

Finalement, le Secrétariat coordonne l'application du programme de subventions de l'Office. L'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur confie en effet à l'Office le mandat de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes. À cet effet, l'Office a défini, pour l'exercice 1982-1983, des critères permettant de concrétiser un programme de subventions pour venir en aide financièrement à ces organismes. Les objectifs particuliers que vise ce programme sont les suivants:

— la formation d'organismes pouvant servir de multiplicateurs d'information et de services auprès des consommateurs;
— la réalisation de projets axés principalement sur l'information concernant la Loi sur la protection du consommateur;
— le soutien d'organismes de protection du consommateur, tendant à moyen terme vers une certaine autonomie financière, de même que de ceux accordant une part importante à l'action volontaire (bénévolat) au sein de leur fonctionnement général et de leurs projets.

Les organismes qui se sont montrés intéressés à participer à ce programme d'aide devaient de plus se conformer à des critères généraux d'admissibilité tels que:

— être constitués en vertu de la troisième partie de la loi des compagnies du Québec, selon la loi des associations coopératives ou selon un acte spécial de législature, et être sans but lucratif;
— avoir une structure permettant d'atteindre le plus grand nombre de consommateurs possible et ne pas limiter leur action à leurs seuls membres;
— accepter de fournir des renseignements d'ordre financier, ainsi que des données sur leur programme d'activités.

En 1982-1983, l'Office a reçu 88 demandes de subventions pour un montant total de 2 489 164$. De ce nombre, les demandes de 43 organismes ont été accueillies favorablement, entraînant l'octroi de subventions totalisant 559 824 $.

Le tableau suivant comprend la liste de ces organismes et les montants qui leur ont été versés dans le cadre du programme de subventions 1982-1983.

**Subventions accordées aux organismes et chercheurs en 1982-1983**

| Nom de l'organisme ou du chercheur | Montant |
|---|---|
| Association des consommateurs du Québec Inc. (A.C.Q.) | 50 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Charlevoix-Ouest | 2 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section La Baie | 2 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section La Tuque | 2 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Montréal | 5 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Montréal — Décarie | 2 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Québec | 5 000 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Sorel — Tracy | 1 500 $ |
| Association des consommateurs du Québec — Section Trois-Rivières | 2 000 $ |
| Association coopérative d'économie familiale de l'Estrie | 20 500 $ |
| Association coopérative d'économie familiale de Granby | 8 000 $ |
| Association coopérative d'économie familiale de Joliette | * |
| Association coopérative d'économie familiale de Laval | 7 500 $ |

* Cette association fait partie de la Fédération des associations coopératives d'économie familiale (F.A.C.E.F.), qui répartit elle-même entre les A.C.E.F. membres la subvention totale accordée par l'Office.

| Nom de l'organisme ou du chercheur | Montant |
|---|---|
| Association coopérative d'économie familiale de Québec | 29 800 $ |
| Association coopérative d'économie familiale de Montréal | * |
| Association coopérative d'économie familiale de l'Outaouais | * |
| Association coopérative d'économie familiale de la Rive-Sud | 11 000 $ |
| Association coopérative d'économie familiale de Shawinigan | * |
| Association coopérative d'économie familiale de Sainte-Thérèse | * |
| Association coopérative d'économie familiale de Thetford-Mines | * |
| Association coopérative d'économie familiale de Victoriaville | * |
| Association pour la protection des automobilistes (A.P.A.) | 25 000 $ |
| Association pour la protection des intérêts des consommateurs de la Côte-Nord | 20 000 $ |
| Carrefour d'entraide Drummond Inc. | 13 000 $ |
| Centre communautaire pilote « A » | 10 000 $ |
| Centre d'inspection et prévention automobile de l'Estrie Inc. (C.I.P.A.E.) | 20 000 $ |
| Centre populaire de documentation de Montréal | 5 500 $ |
| Centre portugais de référence et promotion sociale (C.P.R.P.S.) | 2 000 $ |
| Centre de recherche et d'information en consommation de Gagnon (C.R.I.C.) | 3 000 $ |
| Centre de recherche et d'information en consommation de Port-Cartier (C.R.I.C.) | 12 000 $ |
| Centre de recherche et d'information en consommation de Sept-Îles (C.R.I.C.) | 11 000 $ |
| Club automobile du Québec | 10 000 $ |
| Club coopératif des consommateurs de l'Islet-Sud | 5 404 $ |
| Coopérative des consommateurs de Montréal | 25 000 $ |
| Fédération des associations coopératives d'économie familiale (F.A.C.E.F.) | 63 500 $ |
| Fédération des comités de victimes de la mousse d'urée du Québec | 25 000 $ |
| Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (F.N.A.C.Q.) | 17 000 $ |
| Groupe de recherche en animation et planification économique Inc. (G.R.A.P.E.) | 17 000 $ |
| L'Hirondelle, comité d'accueil inter-ethnique | 8 000 $ |
| MACKAAY, Ejan — Groupe droit-économie de l'Université de Montréal | 20 000 $ |
| PANET-RAYMOND, Jean — École de service social de l'Université de Montréal | 15 000 $ |
| PERRIEN, Jean — Faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke | 5 120 $ |
| Regroupement des assistés sociaux des Îles Inc. | 7 500 $ |
| Service d'aide aux consommateurs — C.L.S.C. des Hautes-Laurentides | 10 000 $ |
| Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan | 15 000 $ |
| Service d'aide aux consommateurs de Sorel Inc. | 10 000 $ |
| Service budgétaire populaire d'Alma Inc. | 8 000 $ |
| Service budgétaire populaire de l'Estrie | 17 000 $ |
| Service budgétaire Sud-Ouest | 9 000 $ |
| Service d'information et de référence du Lac (S.I.R.L.) | 2 500 $ |
| **Total** | **559 824 $** |

* Cette association fait partie de la Fédération des associations coopératives d'économie familiale (F.A.C.E.F.), qui répartit elle-même entre les A.C.E.F. membres la subvention totale accordée par l'Office.

POOR

QUALITY

ORIGINAL